

07.11.2019

## Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 3024 vom 2. Oktober 2019  
der Abgeordneten Stefan Kämmerling und Alexander Vogt SPD  
Drucksache 17/7560

### **Mehr Schein als Sein? Social-Media-Aktivitäten der Ministerien in Nordrhein-Westfalen**

#### ***Vorbemerkung der Kleinen Anfrage***

Aus der Antwort auf die Kleine Anfrage 2876 der SPD-Fraktion zu den Social-Media-Aktivitäten der Landesregierung geht hervor, dass die Möglichkeiten des Bürgerdialogs durch soziale Netzwerke in den einzelnen Ministerien ganz unterschiedlich genutzt werden. Gleichzeitig hat die Landesregierung die Ausgaben für bezahlte Werbung in sozialen Netzwerken in den letzten zwei Jahren verzehnfacht – auf rund 175.000 Euro.

Die Aufstellung des Innenministeriums ist jedoch irreführend. Obwohl die Behörde keinen Facebook- oder Instagram-Account, sondern lediglich einen Twitter-Kanal mit nur rund 6.700 Followern betreibt, wartet das Ministerium in der Übersicht aller Ministerien auf allen drei Kanälen mit den höchsten Abonnenten- und Follower-Zahlen auf. Diese Zahlen sind allerdings hauptsächlich bzw. ausschließlich auf die Social-Media-Kanäle der Polizeibehörden zurückzuführen. Das dafür eingesetzte Personal bei der nordrhein-westfälischen Polizei wird in der Antwort auf die Kleine Anfrage allerdings nicht aufgelistet. So entsteht ein völlig verzerrter Eindruck.

**Der Ministerpräsident** hat die Kleine Anfrage 3024 mit Schreiben vom 5. November 2019 namens der Landesregierung im Einvernehmen mit allen übrigen Mitgliedern der Landesregierung beantwortet.

- 1. Wie viele „Likes“ und „Follower“ bzw. „Abonnenten“ und Fanzahlen haben ausschließlich die Seiten der Ministerien (ohne die ihnen unterstellten Behörden) auf den jeweils von ihnen aktiv genutzten sozialen Netzwerken im Zeitverlauf der vergangenen drei Jahre? (Bitte nach Ministerien und sozialen Netzwerken aufschlüsseln)***

Datum des Originals: 05.11.2019/Ausgegeben: 13.11.2019

		08/2016	08/2017	08/2018	08/2019
STK	Facebook Likes	-	60.873	51.841	53.141
		-	48.996	50.467	53.045
	Abonnenten				
	Twitter	12.535	19.304	23.726	27.351
	Instagram	-	-	-	-
MKFFI	Facebook Likes	-	465	1.739	3.448
		-	493	1.933	3.646
	Abonnenten				
	Twitter	-	617	1.692	2.465
	Instagram	-	-	-	1.641

		08/2016	08/2017	08/2018	08/2019
FM	Facebook Likes	-	-	1.765	2.499
		-	-	1.851	2.626
	Abonnenten				
	Twitter	231	1.020	1.641	1.914
	Instagram	-	-	-	-
IM	Facebook Likes	-	17.110	29.177	38.509
		-	17.232	29.528	39.176
	Abonnenten				
	Twitter	-	745	2.852	4.911
	Instagram	-	-	5.220	11.400
MWIDE	Facebook Likes	-*1	6.378	7.744	8.598
		-*1	6.185	7.699	9.137
	Abonnenten				
	Twitter	9.012	10.806	16.392*2	21.713
	Instagram	-	-	-	173
MAGS	Facebook Likes	-	675	1.086	1.687
		-	691	1.184	1.865
	Abonnenten				
	Twitter	-	-	-	1.817
	Instagram	-	-	-	-
MSB	Facebook Likes	-	-	1.791	2.597
		-	-	2.166	3.175
	Abonnenten				
	Twitter	-	-	1.969	3.049
	Instagram	-	-	757	1.782
MHKB G	Facebook Likes	-	491	7.553	10.684
		-	486	7.737	10.996
	Abonnenten				
	Twitter	-	246	1.142	1.858
	Instagram	-	-	453	1.383
JM	Facebook				

	Likes	-	-	-	1.197
		-	-	-	1.230
	Abonnenten				
	Twitter	-	-	-	750
	Instagram	-	-	-	560
VM	Facebook				
	Likes	-	-	-	-
		-	-	-	-
	Abonnenten				
	Twitter	-	-	1.140	2.367
	Instagram	-	-	-	953
MULNV	Facebook				
	Likes	-*1	1.373	1.585	1.795
		-*1	1.425	1.680	1.906
	Abonnenten				
	Twitter	-	769	-*1	2.629
	Instagram	-	-	-	-

		08/2016	08/2017	08/2018	08/2019
MKW	Facebook				
	Likes	-	3.260	3.329	3.635
		-*1	-*1	-*1	3.995
	Abonnenten				
	Twitter	-*1	2.756	3.157	3.702
	Instagram	-	-	-	290
MBEI	Facebook				
	Likes	-	-	-	270
		-	-	-	281
	Abonnenten				
	Twitter	1.302	1.901	2.448	4.546
	Instagram	-	-	-	941

\*1 Zahlen sind technisch nicht ermittelbar.

\*2 Inzwischen konnte die Gesamtzahl ermittelt werden; das war bei der Kleinen Anfrage 2876 aus technischen Gründen nicht möglich.

**2. Wie viele „Posts“ wurden in den letzten drei Jahren monatlich in den einzelnen Kanälen abgesetzt? (Bitte jeweils nach Ministerium und sozialen Netzwerken aufschlüsseln)**

	durchschnittliche Posts pro Monat von 2016 - 2019		
	Facebook	Twitter	Instagram
STK	11	109	-
MKFFI	21	51	8
FM	9	9	-
IM	13	50	11
MWIDE	56	94	3
MAGS	13	28	-

MSB	19	45	6
MHKBG	24	24	13
JM	15	5	3
VM	-	47	13
MULNV	8	19	-
MKW	45	22	11
MBEI	4	139	4

**3. Wie kommen in der Auflistung der Antwort auf die Kleine Anfrage 2876 beim Innenministerium – auch ohne Polizei – Posts bei Facebook und Instagram zustande, obwohl das Ministerium keine eigenen Kanäle betreibt?**

Das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen betreibt eigene Kanäle sowohl bei Facebook als auch bei Instagram.

Die Abteilung 6 des Ministeriums (Verfassungsschutz Nordrhein-Westfalen) betreibt zwei Facebook-Kanäle für das Aussteigerprogramm Rechtsextremismus „Spurwechsel“ und das Aussteigerprogramm Islamismus „API“. Beide Kanäle dienen der Kontaktaufnahme mit potenziellen Aussteiger-Kandidaten.

Die Abteilung 3 des Ministeriums (Gefahrenabwehr) unterstützt die 396 Freiwilligen Feuerwehren in Nordrhein-Westfalen mit einer breit angelegten Image- und Personalwerbekampagne bei der Mitgliedergewinnung und -bindung. Diese Kampagnen-Auftritte der Abteilung 3 bei Facebook und Instagram sind wesentlicher Bestandteil des crossmedialen Kampagnenkonzeptes.

**4. Die Social Media-Aktivitäten des Innenministeriums umfassten beispielsweise im Monat September 2019 lediglich elf Tweets. Warum beläuft sich der Stellenanteil an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die das Ministerium für Aktivitäten in sozialen Netzwerken beschäftigt, dennoch auf 1,45 Stellen?**

Der Twitterkanal wird vom Referat Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums betrieben. Die Betreuung ist mit 0,2 Stellenanteilen veranschlagt. Die übrigen 1,25 Stellenanteile entfallen auf die Social Media-Aktivitäten der Abteilungen 3 und 6 (siehe Antwort auf Frage 3).

**5. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind bei den Polizeibehörden in Nordrhein-Westfalen für Social-Media-Aktivitäten beschäftigt?**

Die Nutzung sozialer Netzwerke im Internet durch die Polizeibehörden des Landes Nordrhein-Westfalen ist mit Erlass vom 30.09.2016 (Az.: 4/LRed - 11.04.06) geregelt.

Danach sind in allen Polizeibehörden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neben ihren originären Tätigkeiten in Personalunion auch mit Social Media-Aktivitäten beschäftigt.

Diese Social Media-Aktivitäten werden zentral und verantwortlich von der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Polizeibehörden betreut.

Im Allgemeinen sind deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit tagesaktuellen und projektbezogenen Arbeiten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betraut, wie z.B. mit der Beantwortung von Presseanfragen, der Pflege des Internet- und Intranetauftritts, der Organisation eines Tages der offenen Tür, der Besucherbetreuung oder der Gestaltung und Produktion von Printmedien.

Neben diesen Alltagsaufgaben sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen besonderer Lagen in sog. Besonderen Aufbauorganisationen (BAO) anlassbezogen mit Social Media-Aktivitäten befasst.

Eine Abfrage aller 50 Polizeibehörden zur Quantifizierung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für Social Media-Aktivitäten beschäftigt sind, ist in der für die Beantwortung der Kleinen Anfrage zur Verfügung stehenden Zeit nicht möglich.